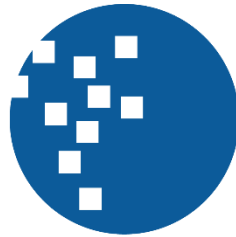


PERANCANGAN MEDIA PROMOSI MUSEUM

PERUMUSAN NASKAH PROKLAMASI



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN TUGAS AKHIR

Gilberto Selystio Kosasih

00000043090

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS SENI DAN DESAIN

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2024

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI MUSEUM

PERUMUSAN NASKAH PROKLAMASI



LAPORAN TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Desain (S.Ds.)

Gilberto Selystio Kosasih

00000043090

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS SENI DAN DESAIN

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2024

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Gilberto Selystio Kosasih

Nomor Induk Mahasiswa : 00000043090

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Tugas Akhir dengan judul:

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI MUSEUM PERUMUSAN NASKAH PROKLAMASI

merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Tugas Akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 20 Desember 2023



Gilberto Selystio Kosasih

U
M
M
N

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI MUSEUM PERUMUSAN NASKAH PROKLAMASI

Oleh

Nama : Gilberto Selystio Kosasih
NIM : 00000043090
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

Telah diujikan pada hari Senin, 8 Januari 2024

Pukul 10.30 s.d 11.15 dan dinyatakan

LULUS

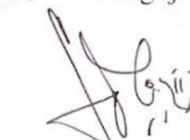
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



Lia Herna, S.Sn., M.M.
0315048108/E081472

Penguji



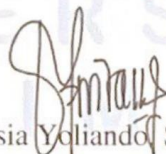
Frindhinia Medyasepti, S.Sn., M.Sc.
0319098202/E068502

Pembimbing



Dedy Arpan, S.Des., M.Ds.
0324018607/E0764827

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual



Fonita Theresia Yoliando, S.Ds., M.A.
0311099302/E043487

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas academica Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Gilberto Selystio Kosasih
NIM : 00000043090
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain
Jenis Karya : Tesis/Skripsi/Tugas Akhir

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Multimedia Nusantara Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul.

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI MUSEUM PERUMUSAN NASKAH PROKLAMASI

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalihmediakan/mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 20 Desember 2023

Yang menyatakan,



Gilberto Selystio Kosasih

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, dengan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang berjudul “Perancangan Media Promosi Museum Perumusan Naskah Proklamasi”. Alasan penulis mengangkat topik ini karena banyak masyarakat khususnya para Gen Z yang belum pernah mengunjungi atau mengetahui Museum Perumusan Naskah Proklamasi. Hal tersebut sangat disayangkan, karena museum ini bersifat menarik dan memiliki nilai-nilai yang selaras untuk ditanamkan pada Gen Z sebagai generasi penerus bangsa. Maka dari itu, penulis ingin meningkatkan *awereness* dan ketertarikan Gen Z melalui media promosi yang dibuat.

Dalam proses perancangan tugas akhir ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang terlibat dan telah memberikan dukungan kepada penulis, yaitu:

- 1) Dr. Ninok Leksono, M.A., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
- 2) Muhammad Cahya Mulya Daulay, S.Sn., M.Ds., selaku Dekan Fakultas Seni dan Desain Universitas Multimedia Nusantara.
- 3) Fonita Theresia Yoliando, S.Ds., M.A., selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Multimedia Nusantara.
- 4) Dedy Arpan, S.Des. M.Ds., sebagai Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
- 5) Bapak Emir sebagai narasumber yang telah memberikan informasi dan masukan selaku Pamong Budaya Ahli Pertama Museum Perumusan Naskah Proklamasi.
- 6) Ayah, Ibu, dan Kakak saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
- 7) Para responden yang bersedia untuk mengisi kuesioner sehingga dapat membantu penulis dalam mengumpulkan data pendukung.

- 8) Angelina Jocelyn yang telah memberikan dukungan secara mental dan materi.
- 9) Vanilla Gunawan yang telah memberikan dukungan secara mental dan rohani.
- 10) Destio, Bryan, Rio, Seyi, Karen, dan Crysthalia yang telah memberikan dukungan secara moral.
- 11) Enrique Martin, Evan Chistopher, Kevin Johanes, dan Aldo Riady selaku teman yang telah memberikan dukungan secara moral.
- 12) Teman-teman yang telah memberikan motivasi dan dukungan bagi penulis.

Semoga karya ilmiah ini dapat bermanfaat sebagai referensi atau inspirasi yang dapat membantu orang lain dalam membuat karya ilmiah serupa. Melalui karya ini, penulis berharap agar kesadaran masyarakat tentang Museum Perumusan Naskah Proklamasi dapat meningkat.

Tangerang, 29 September 2023



Gilberto Selystio Kosasih

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI MUSEUM

PERUMUSAN NASKAH PROKLAMASI

(Gilberto Selystio Kosasih)

ABSTRAK

Museum Perumusan Naskah Proklamasi adalah sebuah museum sejarah yang berisi informasi dan edukasi tentang kemerdekaan Indonesia. Pengunjung dapat belajar secara langsung tentang proses kemerdekaan melalui objek, foto, dan media interaktif yang ada. Uniknya, museum ini masih berdiri di bangunan yang sama sejak awal berdiri dan juga memiliki sebuah bunker yang dapat dikunjungi langsung. Namun sayangnya, museum ini masih kurang dikenal oleh kalangan masyarakat sehingga jumlah pengunjung dari museum masih tergolong rendah. Museum sendiri sudah melakukan beberapa upaya untuk meningkatkan minat pengunjung seperti melakukan promosi. Namun dari hasil penelitian yang dilakukan penulis, menunjukkan bahwa media promosi yang ada masih kurang menunjukkan daya tarik dari museum dan kurang dikemas secara menarik. Melihat permasalahan tersebut, penulis ingin merancang media promosi museum yang lebih menarik sehingga dapat mencapai peran dari museum dalam menanamkan dan melestarikan nilai proklamasi bagi masyarakat. Promosi dilakukan melalui beberapa media seperti Instagram, billboard, poster, dan juga media pendukung lainnya. Dalam perancangan ini, penulis menggunakan metode dari Landa dalam bukunya yang berjudul *graphic design solution*.

Kata kunci: Munasprok, Media Promosi, Museum

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

**PROMOTION DESIGN FOR FORMULATION OF
PROCLAMATION TEXT MUSEUM**

(Gilberto Selystio Kosasih)

ABSTRACT

The Museum for the Formulation of Proclamation Manuscripts is a historical museum which contains information and education about Indonesian independence. Visitors can learn directly about the process of independence through existing objects, photos and interactive media. Uniquely, this museum still stands in the same building since its inception and also has a bunker that can be visited directly. However, unfortunately, this museum is still little known among the public so the number of museum visitors is still relatively low. The museum itself has made several efforts to increase visitor interest, such as carrying out promotions. However, the results of research conducted by the author show that the existing promotional media still does not show the attractiveness of the museum and is not packaged attractively. Seeing these problems, the author wants to design more attractive museum promotional media so that it can achieve the role of museums in instilling and preserving the values of the proclamation for society. Promotion is carried out through several media such as Instagram, billboards, posters and also other supporting media. In this design, the author uses Landa's method in his book entitled graphic design solutions.

Keywords: Munasprok, Promotion Media, Museum

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Batasan Masalah	3
1.4 Tujuan Tugas Akhir	4
1.5 Manfaat Tugas Akhir	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Desain Grafis	5
2.1.1 Elemen Desain	5
2.1.1.1 Warna	5
2.1.1.2 Skema Warna	6
2.1.2 Prinsip Desain	7
2.1.2.1 Format	7
2.1.2.2 Balance	8
2.1.2.3 Visual Hierarchy	10
2.1.1.4 Rhythm	12
2.1.1.5 Unity	12
2.1.1.6 Law of Perceptual Organization	12
2.2 Layout	13
2.3 Grid	14

2.3.1	<i>Asymmetrical Grid</i>	14
2.3.2	<i>Symmetrical Grid</i>	14
2.3.3	Komponen Grid	15
2.4	Tipografi	17
2.4.1	Klasifikasi Tipografi	17
2.5	Promosi	20
2.5.1	<i>Promotional Mix</i>	20
2.5.1.1	<i>Public Relation</i>	20
2.5.1.2	<i>Advertising</i>	21
2.5.1.3	<i>Sales Promotion</i>	21
2.5.1.4	<i>Personal Selling</i>	21
2.5.1.5	<i>Digital Marketing</i>	21
2.5.1.6	<i>Direct Marketing</i>	22
2.5.2	Macam-Macam Media Promosi	22
2.5.2.1	Media Digital	22
2.5.2.2	Media Konvensional	22
2.5.2.3	Media Luar Ruang	23
2.5.3	<i>Social Media Marketing</i>	23
2.6	Fotografi	24
2.6.1	Jenis fotografi	24
2.6.1.1	Fotografi Jurnalistik	24
2.6.1.2	Fotografi <i>Still Life</i>	25
2.6.1.3	Fotografi Arsitektur	25
2.6.1.4	Fotografi Manusia	26
2.6.1.5	Fotografi Alam	26
2.7	Museum	27
2.7.1	Peran Museum	27
BAB III METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN		28
3.1	Metodologi Penelitian	28
3.1.1	Metode Kualitatif	28
3.1.1.1	Wawancara	28
3.1.1.2	Kesimpulan Metode Kualitatif	30

3.1.2	Metode Kuantitatif	31
3.1.2.1	Kuesioner	31
3.1.2.2	Hasil Kuesioner	31
3.2	Studi Eksisting	33
3.2.1	Museum Benteng Vredeburg	34
3.2.2	Museum Nasional	35
3.3	Studi Referensi	37
3.3.1	<i>Collage Art</i>	37
3.4	Metodologi Perancangan	38
3.4.1	<i>Orientation</i>	38
3.4.2	<i>Analysis</i>	39
3.4.3	<i>Conception</i>	39
3.4.4	<i>Design</i>	39
3.4.5	<i>Implementation</i>	39
BAB IV	STRATEGI DAN ANALISIS PERANCANGAN	40
4.1	Strategi Perancangan	40
4.1.1	<i>Orientation</i>	40
4.1.2	<i>Analysis</i>	41
4.1.3	<i>Conception</i>	44
4.1.3.1	<i>Mindmap</i>	45
4.1.3.2	<i>Big Idea</i>	46
4.1.3.3	<i>Moodboard</i>	47
4.1.3.4	Pemilihan Warna	48
4.1.3.5	Pemilihan Typeface	49
4.1.4	<i>Design</i>	50
4.1.4.1	Sketsa	51
4.1.4.2	Aset Visual	52
4.1.4.3	Key Visual	53
4.1.4.4	Perancangan Media	55
4.1.5	<i>Implementation</i>	76
4.2	Analisis Perancangan	77
4.2.1	Instagram	77

4.2.1.1	<i>Instagram Feeds</i>	77
4.2.1.2	<i>Instagram Story Ads</i>	83
4.2.2	Poster	84
4.2.3	<i>Billboard</i>	85
4.2.4	<i>Youtube Display Ads</i>	86
4.2.5	<i>PID (Passenger Information Display)</i>	87
4.2.6	<i>Merchandise</i>	88
4.2.7	<i>Analisis Beta Test</i>	89
4.2.7.1	<i>Instagram</i>	89
4.2.7.2	Poster	90
4.2.7.3	<i>Billboard</i>	91
4.2.7.4	<i>Youtube Display Ads</i>	92
4.2.7.5	PID	93
4.2.7.6	<i>Merchandise</i>	94
4.2.7.7	Kesimpulan Beta Test	94
4.3	<i>Budgeting</i>	95
BAB V	PENUTUP	97
5.1	Simpulan	97
5.2	Saran	98
DAFTAR PUSTAKA	xiii
LAMPIRAN	xv

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.3 <i>Hue, Saturation, Value</i>	6
Gambar 2.4 Skema Warna	6
Gambar 2.6 <i>Format</i>	8
Gambar 2.7 <i>Asymmetry Balance</i>	9
Gambar 2.8 <i>Symmetry Balance</i>	9
Gambar 2.9 <i>Radial Balance</i>	10
Gambar 2.10 <i>Emphasis</i>	10
Gambar 2.11 <i>Emphasis Through Diagrammatic Structure</i>	11
Gambar 2.12 <i>Law of Perceptual Organization</i>	13
Gambar 2.13 <i>Asymmetrical Grid</i>	14
Gambar 2.14 <i>Symmetrical Grid</i>	15
Gambar 2.15 <i>Komponen Grid</i>	15
Gambar 2.17 <i>Times New Roman</i>	17
Gambar 2.18 <i>Bodoni</i>	18
Gambar 2.19 <i>Baskerville</i>	18
Gambar 2.20 <i>Futura</i>	18
Gambar 2.21 <i>Bookman</i>	19
Gambar 2.22 <i>Brush Script</i>	19
Gambar 2.23 <i>Textura</i>	20
Gambar 2. 24 Foto Jurnalistik	25
Gambar 2. 25 Foto <i>Still Life</i>	25
Gambar 2. 27 Fotografi Arsitektur	26
Gambar 2. 26 Fotografi Manusia	26
Gambar 2. 28 Fotografi Alam	27
Gambar 3. 1 Foto Bersama Pak Emir	29
Gambar 3. 2 Kuesioner	32
Gambar 3. 3 Kuesioner	32
Gambar 3. 4 Kuesioner	33
Gambar 3. 5 <i>Feeds Instagram Museum Benteng Vredeburg</i>	34
Gambar 3.6 <i>Feeds Instagram Museum Nasional</i>	36
Gambar 3.7 <i>collage art</i>	38
Gambar 4. 1 <i>Mindmap</i>	45
Gambar 4. 2 <i>Big Idea</i>	46
Gambar 4. 3 <i>Moodboard</i>	47
Gambar 4. 4 <i>Color Palette</i>	48
Gambar 4. 5 <i>Montserrat</i>	49
Gambar 4. 6 <i>Arial</i>	50
Gambar 4. 7 <i>Century</i>	50

Gambar 4. 8 Sketsa Kasar	51
Gambar 4. 9 Digitalisasi Sketsa	52
Gambar 4. 10 Aset foto	53
Gambar 4. 11 Aset visual	53
Gambar 4. 12 <i>Key Visual</i>	54
Gambar 4. 13 Revisi <i>Key Visual</i>	55
Gambar 4. 14 <i>Media Journey</i>	56
Gambar 4.15 <i>Content Planning</i>	57
Gambar 4. 16 <i>feeds</i> pertama.....	58
Gambar 4. 17 <i>feeds</i> kedua.....	59
Gambar 4. 18 <i>feeds</i> ketiga.....	60
Gambar 4. 19 <i>feeds</i> keempat.....	61
Gambar 4. 20 <i>feeds</i> kelima.....	62
Gambar 4. 21 <i>feeds</i> keenam.....	62
Gambar 4. 22 <i>feeds</i> ketujuh.....	63
Gambar 4. 23 <i>feeds</i> kedelapan	64
Gambar 4. 24 <i>feeds</i> kesembilan	65
Gambar 4. 25 <i>Instagram feeds 9x9</i>	66
Gambar 4. 26 Perancangan <i>Instagram story Ads</i>	67
Gambar 4. 27 Perancangan poster.....	68
Gambar 4. 28 Perancangan <i>billboard</i>	69
Gambar 4. 29 Perancangan <i>youtube display ads</i>	70
Gambar 4. 30 Perancangan <i>storyboard</i>	72
Gambar 4. 31 <i>Frame by Frame Motion Graphic</i>	73
Gambar 4.32 <i>Totebag</i>	75
Gambar 4. 33 <i>Keychain</i>	75
Gambar 4. 34 <i>Sticker Sheets</i>	76
Gambar 4. 35 <i>Mockup Instagram</i>	77
Gambar 4. 36 <i>Mockup feeds carousel</i>	78
Gambar 4. 37 <i>Mockup story ads</i>	83
Gambar 4. 38 <i>Mockup Poster</i>	84
Gambar 4.39 <i>Mockup billboard</i>	85
Gambar 4. 40 <i>Mockup youtube display ads</i>	86
Gambar 4. 41 <i>Mockup PID</i>	87
Gambar 4. 42 <i>Merchandise</i>	88

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

DAFTAR TABEL

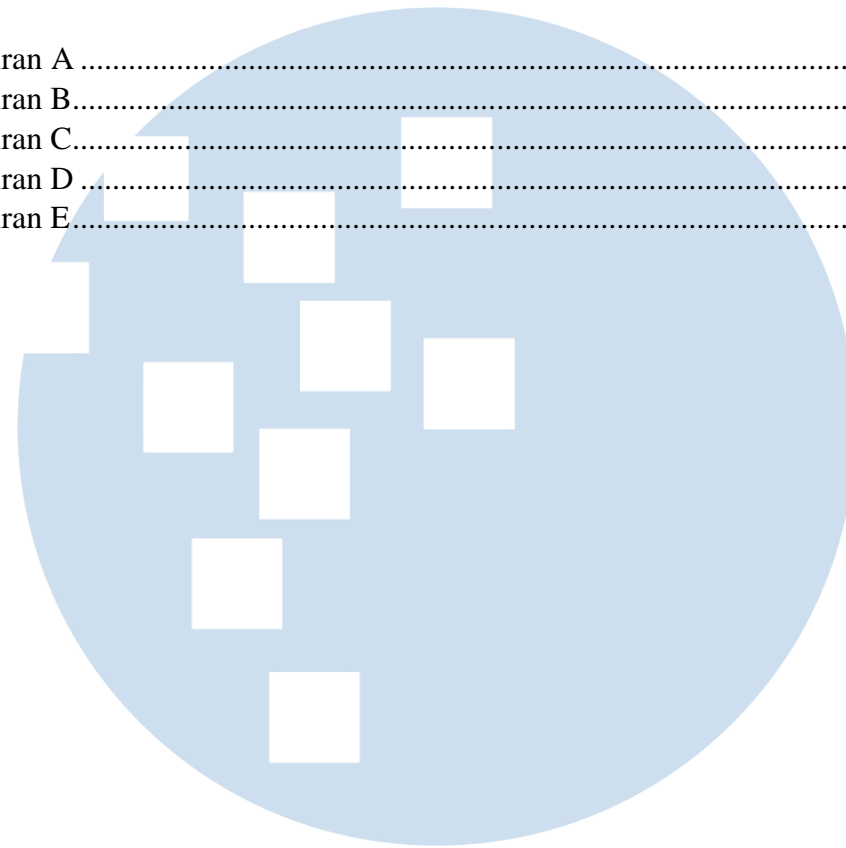
Tabel 4. 1 Identifikasi Target Audiens.....	40
Tabel 4. 2 Analisis SWOT	42
Tabel 4. 3 <i>Creative Brief</i>	43
Tabel 4. 4 Analisis <i>Instagram</i>	90
Tabel 4. 5 Analisis Poster.....	91
Tabel 4. 6 Analisis <i>Billboard</i>	92
Tabel 4. 7 Analisis <i>Youtube Display Ads</i>	93
Tabel 4. 8 Analisis PID	93
Tabel 4. 9 Analisis <i>Merchandise</i>	94
Tabel 4. 10 <i>Budgeting</i>	95

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A	xv
Lampiran B.....	xvii
Lampiran C.....	xix
Lampiran D.....	xxiii
Lampiran E.....	xxix



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA